



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Penulis membuat *Corporate Video CODE ID* bertujuan untuk penulisan tugas akhir serta memenuhi syarat kelulusan S1 program studi Desain Komunikasi Visual peminatan *Digital Cinematography* di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menggunakan metodologi kualitatif untuk mendapatkan informasi-informasi terkait dengan perusahaan *CODE ID*.

Perusahaan *PT. CODE DEVELOPMENT* yang biasa disebut *CODE ID* adalah sebuah perusahaan *software* yang bergelut didunia aplikasi sejak tahun 2000. Dengan adanya pembuatan aplikasi ini *CODE ID* banyak bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan lain dan tentunya sangat penting untuk mengelola data-data dalam perusahaan tersebut. *CODE ID* sering mengadakan seminar edukasi di kampus-kampus akan tetapi mereka belum mempunyai video perekrutan kerja. Tujuan penulis bersama tim produksi ingin mewujudkan keinginan *CODE ID* membuat video yang dapat menarik perhatian penonton/pemirsa agar mengetahui tentang perusahaan *CODE ID* itu seperti apa, dapat dilihat dari keseharian/kebiasaan pada saat bekerja. Pada saat pemirsa/penonton melihat video tersebut mereka tertarik ingin bekerja di perusahaan *CODE ID*.

3.1.1. Sinopsis

Karyawan/karyawati di sebuah perusahaan *software development* yang biasa dikenal dengan sebutan *CODE ID* memperkenalkan perusahaannya dengan cara masing-masing, kemudian divisualisasikan melalui suasana kerja dalam perusahaan. Penjelasan mengenai perusahaan *CODE ID* merupakan visual yang berisi kegiatan-kegiatan dan perilaku para karyawan/karyawati saat berada di kantor dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan para karyawan/karyawati dalam perusahaan *software* kebanyakan orang menganggap membosankan tetapi akan terlihat berbeda pada perusahaan *CODE ID*.

Suasana kerja yang dibangun melalui kegiatan karyawan/karyawati adalah hal yang berbeda, karyawan/karyawati saling berinteraksi dengan baik dalam hal pekerjaan atau hal lainnya. Dalam perusahaan *CODE ID* memiliki beberapa ruangan yang unik dan dapat digunakan secara fleksibel. Seperti ruangan dapat bisa juga digunakan untuk bersantai bersama. Ruangan kerja yang luas dan menyatu antar semua karyawan/karyawati dan juga pemimpin perusahaan. Beberapa ruangan rapat yang memiliki desain menarik ditiap ruangnya. Karyawan/karyawati *CODE.ID* bekerja secara individu maupun grup, saat bekerja secara grup mereka mendiskusikannya di depan sebuah dinding yang terdapat rumus dasar untuk mempermudah diskusi.

Apabila pekerjaan individu para karyawan/karyawati juga dapat didiskusikan dengan sesama karyawan/karyawati lain ataupun dengan pemimpin perusahaan. Perilaku para karyawan juga ada yang usil/iseng, hal ini merupakan hal yang biasa dilakukan karyawan semakin membuat akrab satu sama lain.

Perusahaan *CODE ID* juga menempatkan beberapa karyawan/karyawati di perusahaan lain untuk pemeliharaan sistem. Karyawan/karyawati yang ditempatkan di perusahaan lain akan bertugas mengawasi sistem yang dibuat.

3.1.2. Posisi Penulis

Penulis berperan sebagai *art director* yang bertugas mewujudkan dan bertanggung jawabkan visual dari *creative director* yang ditampilkan dalam desain *mise en scene* dalam *Corporate Video CODE ID*.

3.1.3. Peralatan

Penulis bekerjasama dengan *creative director* melakukan pembahasan desain *mise en scene* yang akan dilakukan/diterapkan sehingga memiliki satu pemikiran pada saat produksi (pengambilan gambar) yang sesuai kesepakatan bersama. Sehingga visual dalam *corporate video CODE ID* dapat dicerna dengan mudah oleh penonton.

3.2. Tahapan Kerja

Penulis merupakan *art director* yang bertanggung jawab hasil pengambilan gambar (visual) dari *corporate video*. Oleh karena itu penulis ikut serta dalam pra produksi dan produksi.

3.2.1. Pra Produksi

1. *Client Meeting*

Pada saat *meeting* pertama dengan klien, penulis berperan sebagai *art director* dan bersama tim produksi bertemu dengan klien untuk mengetahui apa yang ingin

dicapai atau tujuan dalam pembuatan *corporate video*. Setelah itu dilanjutkan dengan menggali semua informasi tentang perusahaan dan juga keinginan klien ingin membuat *corporate video* seperti apa. Klien meminta untuk dibuatkan *corporate video* tentang perekrutan pekerja perusahaan *CODE.ID*. *CODE ID* sedang memerlukan karyawan/karyawati baru dan juga mereka sering mengadakan seminar edukasi ke kampus-kampus untuk mempromosikan perusahaan *CODE ID*. penulis bersama tim produksi diperlihatkan langsung kondisi kantor secara menyeluruh.

Penulis bersama tim produksi melakukan pengumpulan data perusahaan, seperti latar belakang/sejarah berdirinya, kelebihan/keunggulan, reputasi, layanan produk/jasa yang ditawarkan, bagian mana saja di dalam kantor yang akan diperlihatkan kepada penonton, bagaimana cara kerja dan sikap antar sesama karyawan/karyawati dalam bekerja, dan kebiasaan apa saja yang ada di perusahaan *CODE ID*. Semua pengumpulan data tersebut sangat penting dan harus sesuai dengan kebenarannya. Pengecekan lokasi juga diperlukan untuk membantu ruangan mana saja yang akan digunakan dalam proses pembuatan *corporate video CODE ID*. Dalam proses pembuatan *corporate video CODE ID* seperti, *creative director* dapat menentukan konsep yang tepat dan dituangkan kepada *copywriter* untuk membuat naskah.

Pada *meeting* kedua bertemu dengan klien, penulis bersama tim produksi membahas naskah yang telah dibuat oleh *copywriter*. Naskah dibahas bertujuan untuk memastikan sesuai apa yang dimaksud klien dan *creative director*. Jika naskah telah selesai, selanjutnya *art director* bertugas menentukan dan

bertanggung jawab visual yang akan ditampilkan dari naskah dalam *corporate video CODE ID*. Visual yang ditampilkan tentunya sesuai dengan konsep dari *creative director*.

2. Wawancara dengan Karyawan

Wawancara yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan memastikan informasi-informasi dari klien yang teruji kebenarannya. Bagian ini penulis yang berperan sebagai *art director* ikut serta dan membantu tim produksi untuk memastikan dan menggali informasi lebih dalam tentang perusahaan *CODE ID* itu sendiri yaitu dengan klien dan juga dengan para karyawan/karyawati. Tujuan dari informasi ini adalah untuk mempermudah *copywriter* dalam proses pembuatan naskah.

Copywriter mendapatkan gambaran tentang apa saja yang biasanya dilakukan/dikerjakan karyawan/karyawati, opini tentang perusahaan *CODE.ID* baik dari fasilitas kantor atau suasana kantor, tempat favorit didalam kantor, dan apa yang biasa dilakukan jika masih berada di kantor pada saat jam pulang kerja. Ini semua merupakan pertanyaan yang penting sehingga *copywriter* dapat menuangkan dalam naskah sesuai dengan kebenarannya/kenyataannya.

3. Cek Lokasi

Penulis sebagai *art director* juga bertugas untuk mengambil foto/video lokasi dari kantor *CODE ID*. Foto/video tersebut untuk mempermudah dan mengingatkan kembali kepada pembuat naskah (*copywriter*) untuk mendapatkan gambaran dari lokasi tersebut dalam proses pembuatan naskah. Begitu juga dengan *art director*

dengan adanya foto/video lokasi dapat mengingatkan kembali dalam proses pembuatan *shot list* dan juga dapat menentukan sudut pandang/*camera angle* yang menarik, pencahayaan dan sebagainya.

4. Membuat *Shot List*

Penulis sebagai *art director* memulai dengan membuat *shot list* setelah mendapatkan naskah dari *copywriter* dan juga konsep dari *creative director*. *Shot list* sangat diperlukan untuk menentukan visual yang akan ditampilkan *corporate video CODE ID*. Catatan *shot list* dapat mempermudah *art director* pada saat masa produksi (*shooting*) karena *shot list* sebagai pengingat *shot* seperti apa, lensa apa yang digunakan, alat pergerakan kamera apa yang dipakai, di lokasi mana saja dan pencahayaan yang digunakan.

Shot list yang dibuat dengan detail akan mempermudah dan mengingat *art director* sehingga tidak ada yang terlewatkan. *Shot list* yang dibuat harus sesuai dengan konsep dari *creative director* dan naskah yang telah dibuat. Dalam naskah tersebut *creative director* ingin menunjukkan perbedaan/perubahan dari yang membosankan ke suasana yang menyenangkan. Penulis menerapkan konsep dari *creative director* dengan mendesain *mise en scene*.

5. Menentukan Peralatan *Shooting* yang akan digunakan

Sebagai *art director* penulis juga bertugas untuk menentukan peralatan apa saja yang digunakan pada saat *shooting*. Peralatan seperti kamera, lensa, *tripod*, pencahayaan, alat bantu pergerakan kamera (*glidecam, slider*) dan juga perekam suara. Di setiap peralatan tersebut harus dibuat dan ditulis secara detail sehingga

pada saat diberikan *account executive* dapat mengerti/dipahami dengan mudah untuk menghindari kesalahan. Peralatan yang digunakan harus sesuai dengan apa yang hendak digunakan pada saat *shooting*, jika tidak walaupun peralatan banyak tetapi tidak terpakai/digunakan maka akan percuma. Penulis sangat menghindari kondisi tersebut karena selain memperbanyak pengeluaran biaya produksi yang percuma dan juga resiko dari peralatan tersebut bila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan akan merugikan lebih besar lagi.

6. Tes Kamera

Penulis sebagai *art director* melakukan tes kamera sebelum masa produksi bertujuan untuk mengeksekusi *shot list* kasar yang akan diterapkan pada saat masa produksi. Agar dapat mengetahui apa saja yang kurang dan harus dipersiapkan pada saat masa produksi, seperti menentukan pengambilan *angle*, lensa apa yang cocok dipakai, pencahayaan seperti apa, pergerakan kamera seperti apa dan sebagainya. Tes kamera ini juga bertujuan untuk mempermudah *art director* sebagai kamera operator pada saat eksekusi masa produksi.

3.2.2. Produksi

1. Mempersiapkan Alat *Shooting* yang akan dipakai.

Penulis sebagai *art director* mempersiapkan peralatan yang akan dipakai pada saat di lokasi *shooting* seperti kamera, lensa, pencahayaan, *tripod*, *glidecam*, *slider*, dan perekam suara. Sebelum *shooting* dimulai penulis mengecek dan membersihkan kamera, lensa (jika ada kotoran seperti debu) dan juga semua peralatan yang akan dipakai dengan kondisi yang baik.

2. Menjadi Kamera Operator

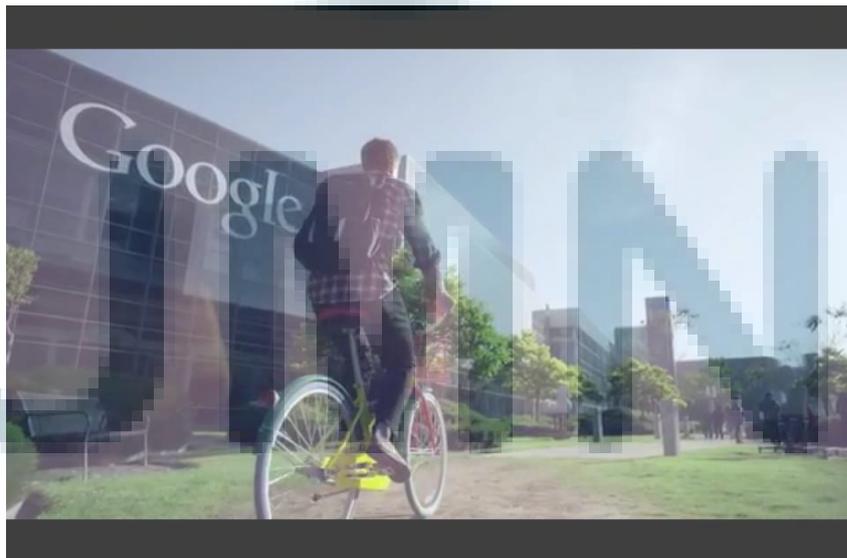
Penulis selain menjadi *art director* dan juga sebagai kamera operator. Sebagai kamera operator tentunya harus memahami secara teknis dalam mengoperasikan kamera dan alat-alat lainnya.

3. Mempersiapkan Perekam Suara

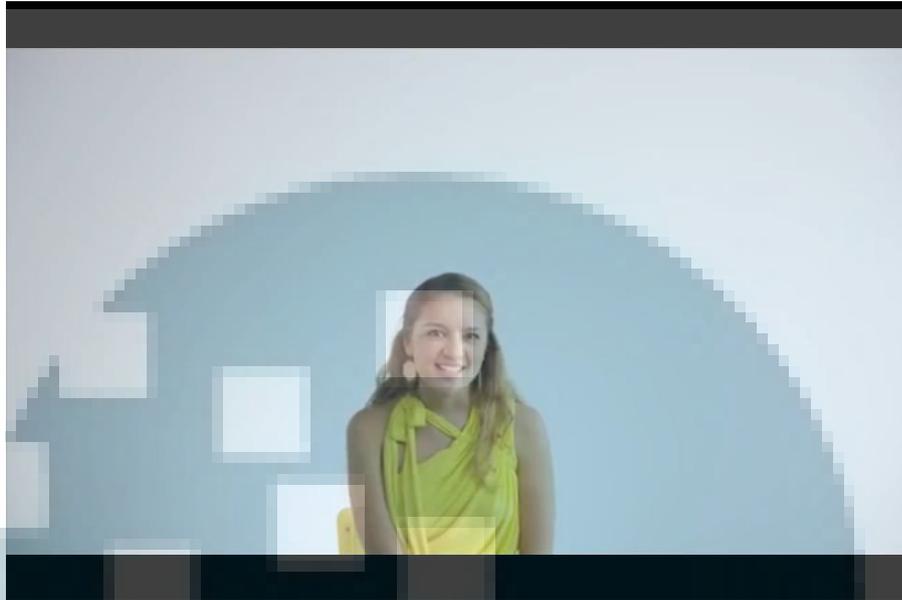
Penulis selain menjadi *art director* dan juga mempersiapkan perekam suara.

3.3. Acuan

Penulis menggunakan acuan video *Google Internship* merupakan video yang memperlihatkan cara kerja didalam sebuah kantor yang menyenangkan. Penulis sebagai *art director* lebih memperlihatkan dari visual tentang informasi perusahaan *Google*, suasana cara kerja karyawan yang menyenangkan, kebersamaan dan juga memaksimalkan apa yang ada di dalam kantor *CODE ID*.



Gambar 3.1. Suasana Kantor *Google*



Gambar 3.2. Karyawati sedang diwawancara



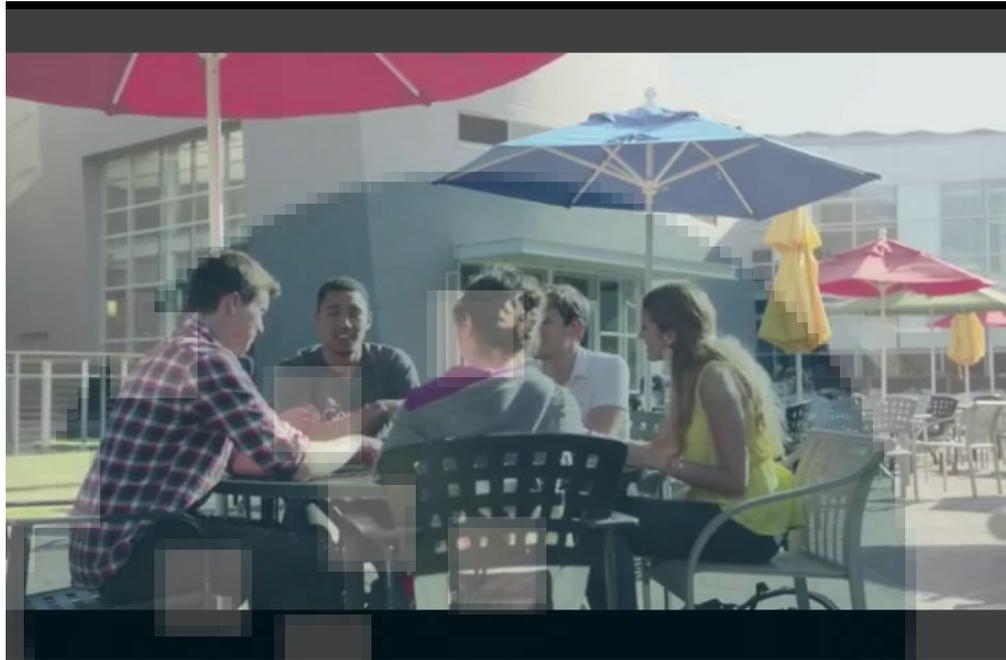
Gambar 3.3 Suasana Ruang Kerja



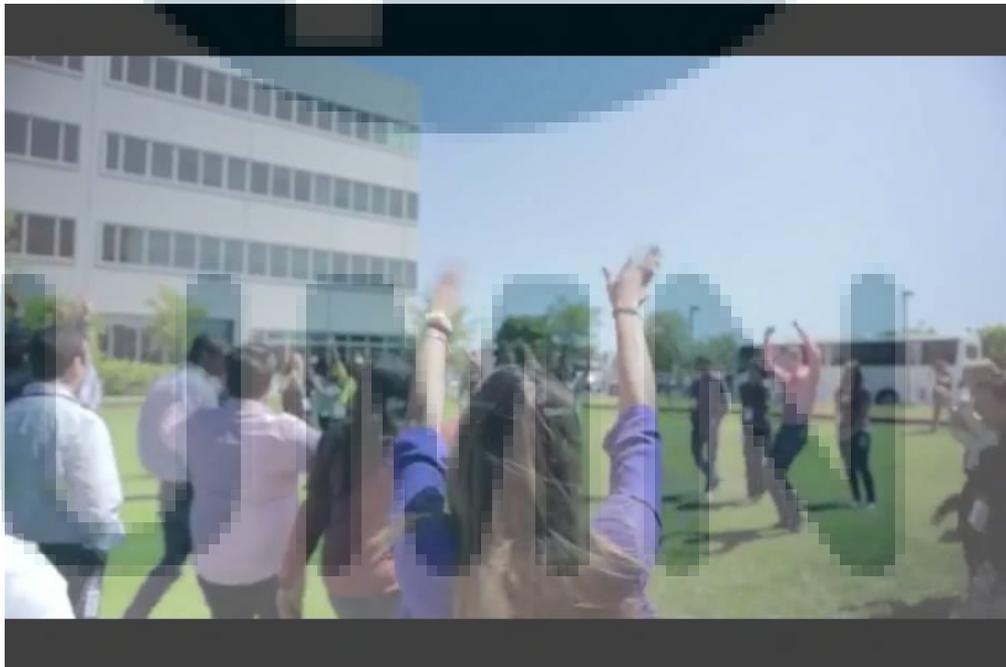
Gambar 3.4. Suasana Ruang Rapat



Gambar 3.5. Suasana Tempat Makan



Gambar 3.6. Suasana Ruang *Outdoor*



Gambar 3.7. Suasana Kebersamaan Para Karyawan